PERANAN BAURAN RITEL DAN CITRA MEREK DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN *PRIVATE LABEL* "GIANT"
(SURVEI KEPADA KONSUMEN GIANT HYPERMARKET PASTEUR HYPERPOINT DI BANDUNG)

The Role of Retailing Mix and Brand Image in Purchasing Decision Process of Private Label "Giant" (Survey on Costumer Giant Hypermarket Pasteur Hyperpoint at Bandung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

Oleh :
GILANG RAMDHANIA
21210044

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2 0 1 4